

# 最新世界上最好的工作大堡礁推广策划案 市场推广策划书心得体会(汇总5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。相信许多人会觉得范文很难写？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

## 世界上最好的工作大堡礁推广策划案篇一

市场推广策划书是一个公司在产品或服务推广过程中的重要工具，对于策划书的编写和提出合适的推广策略是推动公司业务增长的关键。在我工作的过程中，我积极参与了市场推广策划书的撰写和实施过程，从中收获了很多关于市场推广的经验和体会。

### 第二段：理论学习与实践结合

在实践中，我逐渐体会到一个好的市场推广策划书需要理论知识与实践经验的结合。理论学习是基础，只有掌握了市场推广的基本概念、原则和方法，才能有效地制定合适的策略和计划。但光有理论知识是不够的，更重要的是在实践中不断总结和改进。通过实际的推广活动，我不断验证和优化策划书中的理论依据，得出了更加实用和有效的推广方案。

### 第三段：市场调研的重要性

市场调研是市场推广策划书编写的基础，对于了解目标市场、竞争对手、消费者需求等起到关键的作用。通过市场调研，我们能够知道产品或服务的市场定位、目标受众、市场容量等相关信息，以便为推广活动提供有力的支持和依据。从我的体会来看，市场调研越充分，推广活动的成功率也就越高。因此，在撰写市场推广策划书时，对于市场调研的重要性要有清晰的认识，并且把调研结果与实际情况结合起来，制定

出更加切实可行的推广计划。

#### 第四段：创意的必要性

市场推广活动中，创意是取得成功的关键之一。创意是指通过独特的思维和创新的方法，将产品或服务与消费者联系起来，引起他们的兴趣和购买欲望。在市场推广策划书中，创意要贯穿于整个策划过程，从活动主题、设计风格到推广渠道的选择，都要有独特性和创造力。在我的工作中，我意识到了创意的重要性，并且主动思考和提出了一些创意方案，取得了较好的推广效果。因此，对于市场推广策划书而言，创意是非常必要的，能够让产品或服务在众多竞争对手中脱颖而出。

#### 第五段：团队合作与沟通的重要性

市场推广活动往往需要多个部门和人员的协同合作，因此，团队合作和沟通能力也是非常重要的。无论是在撰写策划书的过程中，还是在推广活动的实施中，与团队成员之间的密切合作和良好的沟通，都能够确保推广活动的顺利进行。在我的体会中，团队合作不仅能够充分发挥每个人的优势，使得推广策略更加全面和深入，同时也能够减少协作过程中的误差和冲突。因此，团队合作和沟通是市场推广策划书中不可或缺的一部分。

#### 总结：

通过对市场推广策划书的研究和实践，我认识到了市场推广活动的复杂性和挑战性。市场推广策划书需要理论学习与实践经验的结合，市场调研的充分和准确，创意的独特性和创造力，以及团队合作和良好的沟通，才能够制定出切实可行的推广计划。对于我个人而言，这次体会不仅让我更加了解了市场推广的有关知识和技巧，也让我更加认识到自身在市场推广中的不足和需要改进之处。通过不断地学习和实践，

我相信我能够在市场推广的道路上日益成长，为公司的发展作出更大的贡献。

## 世界上最好的工作大堡礁推广策划案篇二

炎炎夏日的到来，人们为了避暑，消解暑气会躲在空调房里，会喝冷饮，会着装清凉，但对于绝大部分的人来说，还会选择一项夏日必备运动项目、消暑活动，那就是游泳。游泳是适合夏日的户外活动，大多数人即使不会游泳也喜欢在水里面泡着，这样可以隔绝热气，也可以在水中感受清凉。湛江位于中国大陆最南端雷州半岛上，属热带气候和亚热带气候，夏季高温，来到湛江的同学都会抱怨湛江太热了，紫外线太强了，所以让本在夏天就火爆的游泳运动，在湛江更火爆了。而且游泳有很多优点啊，游泳可以提高肺活量，可以健美形体，可以提高呼吸系统的机能，能提高免疫力，可以减肥等，所以有很多年轻人喜欢游泳。但是，不是所有人都会游泳，能够享受到游泳的美妙。而对于当代岭师的大学生来说，更是会有很多人喜欢游泳，同时，也有很多人不会，但积极地想要学会。在咱们学校，男女比例严重失调，有很多人会游泳，也有很多人不会游泳，可能在生活的圈子也找不到人来教，也会羞涩于请别人帮忙，而会游泳的人，有些是很热情的，非常乐意去教别人游泳，同别人一同享受运动的乐趣，所以这样举办这个活动就能促进资源有效利用。

因为岭师有很多会游泳和想要学游泳的同学，而为了帮助他们互相认识，互相学习，举办这次活动，就可以为他们搭建这个平台，学习游泳的平台。夏天一到，傍晚时分，邀三俩伙伴去游泳池游泳，这不失为一件乐事。为了在酷热侵袭的岭师学子，能够在夏天到来时享受到在水中畅游的乐趣，在水中嬉戏的清爽，让不会游泳，但想要游泳的岭师学子学会游泳，锻炼身体，积极开展户外活动，而会游泳的同学也可以借此次活动来拓展自己的人际圈，提高自身语言表达能力，锻炼自己的耐心。也为了提高岭师学子的身体素质，增强免疫力，全面发展岭师大学生。

## 岭师学子游泳互帮互助，共同祛散暑气

在全校征集游泳健将，与前来报名学游泳的同学一同组团成为小团体，小团体教学，使他们在有人教的环境下学会游泳，也是个彼此学习，发展友谊的良好机会。

1. 组织者与校体育部进行沟通，说服他们一起开展这个活动

2. 召开会议，确立分工，布置任务，确保活动正常有序进行

4. 确认指导老师，确认组织人员，统计人数，做好通讯录，方便联系

5. 购买颜料、画笔、调色盘等物品申请画板，黑板

(1) 负责活动的组织，全程掌握活动的进行的大致方向

(2) 向财务部申请经费，用做购置用品和打印报名表等资料

(3) 负责接受现场活动报名和网络报名，相关资料整理，接受现场报名

(4) 与活动参与者取得联系，得知最新动态并提醒相关注意事项。

(5) 对前来报名学习的同学随机进行分组，若是一同前往的尽量分在一小团体，四个人为一个小团体，在这个团体中两两搭配，一对一教学，这样可以相互鼓励，也可以相互促进学习。

(3) 负责制作宣传海报，放在教学楼下和食堂门口，进行宣传活活动

(1) 负责对前来报名的游泳健将进行考核，内容为简单提问和考察身体素质

(2) 负责邀请指导老师莅临考核现场指导，提供指导意见

(3) 负责填完一系列表格通过上级部门审核之后，游泳健将正式成为小老师。

(4) 负责向上级部门为小老师们申请聘书资格和加综测分项目，完成相关程序之后，在活动结束后颁发聘书。

(1) 先找活动承办方，确认小组分工

(2) 进行游泳健将征集的前期宣传，接受报名

(3) 审核结束后，开始接受学员的报名

(4) 对学员和小老师进行组团，就可以开始培训

(5) 联系他们，收集他们培训时的情况，征求他们同意后，拍摄他们培训情况

(6) 采访小老师和学员的参与心得，文字，视频记录，为推文和视频积累素材

校学生会体育部（或相关社团），林雯霓

（待定）

学校游泳场或是校外游泳场，自由选择场地，只要保障生命安全。

6月10日-7月1日

1. 在游泳过程中，切勿逞强，安全第一

2. 找正规安全的游泳场地，避免在深海区域培训或是逞能

3. 具体培训时间是在周末时间，具体时间段又每个小团体的成员内部协商

5. 小老师在培训过程中要有耐性，细心，学员要积极主动地学习

6. 若是中途接受不了正常教学的身体接触，想要退出，就到组织组做资料报备就可以

## 世界上最好的工作大堡礁推广策划案篇三

三活动对象：江海学院全师生

四活动时间：

五主题：更好的服务广大师生，节约大家的时间，可以锻炼成员之间的配合能力，加强我们与人交流的能力，提高我们的语言能力，增加我们的实践经验等等；还可以提高社团的能力，提高社团的组织能力，团队配合等等。

七地点：全校

八步骤：

（一）先召开会议告知队员工作重点。

（二）分配任务物品等。

（三）总结名单。

（四）办理游园卡。

（五）发送游园卡。

九活动准备

(一) 活动前的策划宣传。

(二) 准备相应的物品如：笔，纸……

(三) 工作的分配，宣传时的注意事项。

十活动目标和宗旨：

我们的目标十“同心协力，打造多赢”。实现双赢为目的，给我校师生搭建一个合理效率的合作平台，进而满足广大师生的需求。

我们的宗旨十“服务至上”。我们努力为我校师生提供更好的服务，让我校师生不在为时间的`浪费而烦恼，让他们体会到学校的温暖，进而怀着一颗热心奉献的心去投入社会，更好的服务社会。

十一活动宣传

(一) 宣传方法

1海报宣传：有宣传部做好海报，在各教学楼，生活区张贴活动的宣传海报。

2广播：与校广播站取得联系，沟通希望他们可以帮忙宣传。

3系里面宣传

4朋友转告

5横幅等等

(二) 宣传规则

1广告语字数在15字以内，通俗，好记，更要突出中通的核

价值为中心，达到一定的宣传效果。

2作品可以不按常理创作，但要有一定的道德标准。

## 十二活动事宜

1活动前期准备活动部门工作安排，在活动之前开大例会，向学生会各成员演示活动规则。

2活动安排商务物流实践社全体成员策划装修，买办物。

## 十三活动预算；

海报，桌椅，横幅，笔纸等等。

## 十四活动注意事项

1确保物品的质量，如有损坏等等，请上批。

2每件物品都要详细登记：物品名称，姓名，联系电话等。

3活动花销须保留发票凭证，有办公室统一报销。

4最后要总结。

文档为doc格式

## 世界上最好的工作大堡礁推广策划案篇四

以《论语》为代表的国学文化博大精深，学习贵在持之以恒，需要我们通过多种形式的活动引领全体师生去诵读、去欣赏、去感悟，积极主动地从中吸取丰富的养料，提高我们的学识修养，改进我们的思想道德，为继承发扬光大中华民族的文化贡献自己的力量。



根据学校“三育并举，全面育人”办学思想，结合学校“诵经典”系列读活动，开展国学经典诵读教育活动，增强青少年一代的民族认同感，树立民族自信心，振奋民族精神，不断提高中小学生的思想道德和科学文化素质，为学生的终生发展奠定基础。

1、总目标：“与圣贤为友，砥砺品学；与经典同行，奠基人生”。

通过诵读《论语》等国学经典内容和赏析活动，对学生进行文学、思想的积累和熏陶。所谓积累，即积累丰厚文化底蕴，传承优秀文化，弘扬民族精神；所谓熏陶，即陶冶思想情操，形成健全人格，学会做人，为终身发展奠基。

2、阶段目标：

在诵读的基础上，教师引导学生加深理解，开展与生活实际联系和理解，进行感悟、辩论。

具体目标：

小学低段：识论语，明礼仪。

小学中段：读论语，长智慧。

小学高段：品论语，学做人。

1、遵循学生身心发展规律和学习规律，加强《论语》教学的针对性和规范性，把传统文化价值观和学生的精神、人生发展需求结合起来，编写经典诵读校本课程。真正使国学的精髓融入进学生的生活世界和精神世界，使学生既吸纳鲜活的时代精神，又传承博大精深的传统文化。

2、采用指导阅读，听读、跟读、共读、背诵、表演、比赛等

多种形式，以生活化、活动化、故事化、体验化的教学方式，充分调动学生学习的兴趣和自主性，使《论语》诵读逐步融入学生的日常生活。

3、扎实开展《论语》经典诵读竞赛活动，让学生在活动中陶冶情操，汲取精神营养，既学文化，又学做人，从而形成积极的人生态度，全面提升人文素养。

4、整合学科教学活动，进行“国学经典”学科渗透；挖掘生活中的《论语》教育因素，与实践活动、传统节日、班团队活动结合；整合学校、家庭、社会的力量和资源，使课堂教学和课外诵读相结合，从而切实有效提高《论语》教与学的质量。

成立国学经典（《论语》）诵读活动领导小组，负责活动的安排、组织与指导。

组 长：韩xx

副组长：刘 x

成 员：高x 周xx

1、将一节地方课设置成论语教学课，每周1课时。

2、利用午自习的时间，由教师指导学生练习硬笔书法，书写《论语内容内容。每周书写两次，每次不少于10分钟。

3、每周一、三、五的早读进行10分钟的论语诵读。

4、语文教师为《论语》课教师。

一至三年级学习校本课程《走进论语》

## 四至六年级学习校本课程《感悟论语》

1、集中诵读：分全文诵读、选读、精读（讲读）和背诵。

2、课堂讲解与诵读指导。

3、学生自学

（1）、鼓动学生利用课余时间加强经典的朗读和背诵。

（2）、鼓励学生在条件许可的情况下，游览三孔等的名胜古迹，增广见闻，陶冶情操。

（3）、指导学生利用网络阅读传统文化相关资料，了解孔子及《论语》。

（4）、鼓励学生选学自己感兴趣的琴棋书画等文化载体和艺术技能，提高文化品味和审美情趣。

1、举办全校性的国学经典（《论语》）诵读比赛。

时间：每学期一次。

形式：诵读比赛、情境剧表演、诗歌吟唱、讲文化名人故事、国学知识竞答等。

2、每学年举行一次全校性的国学经典（《论语》）学习成果展评。

展评形式包括书法比赛（含硬笔和毛笔）、读后感、手抄报、专题板报等。

3、每学年举办一次“《论语》进课堂教学听评课”。

教务处对论语内容的背诵默写进行定期的检查评分。

组织全体语文教师，编写经典诵读校本课程《走进论语》和《感悟论语》。

xx年12月

## 世界上最好的工作大堡礁推广策划案篇五

方成是一个快速消费品知名企业的一名销售经理，刚刚负责西安市场，接到总部要求加快一种新产品推广的通知，总部制定了严格的监督和考核制度，特别是针对业务员和经销商制定了末位淘汰制度。方成心想，一旦末尾淘汰制度制定，每个业务员的命运也就被推到了悬崖边缘，谁都有被淘汰的悲运。业务员和经销商还不玩命的推吗？于是，方成召开了经销商和业务员动员大会，将总部的通知进行传达，当时客户的积极性非常高，甚至有部分经销商振臂高呼一定要勇争第一。第一个五日销售通报下来了，西安分公司以零进货的业绩在全国分公司排名倒数第一。想想开会时经销商的表现，方成感到深受经销商的戏弄，火冒三丈。于是，召开了紧急会议，对经销商的恶劣行为进行严厉的批评，方成对经销商下了死命令，五日内仍然没有销售新品，按经销商自愿放弃经销权。第二个五日销售通报下来，西安分公司仍然以零进货排名倒数第一。难道是经销商联合对抗自己吗？方成决定拿一个经销商开刀，杀鸡儆猴。

方成回到公司，召开了全体业务员会议，对西安市场面临的问题以及造成的原因，要求所有业务员畅所欲言。通过了解，方成知道了症结所在。原来总部一下达新品推广任务，各地区新产品铺天盖地的推广起来，西安也不例外。但是分公司不讲究方法，也没有详细规划，导致有的市场出现退货，有的市场经销商新产品根本就没有铺货，造成新品积压。由于积压金额较大，分公司经理不敢承担，大多选择溜之大吉，真正害苦的是负责经销商的业务员，因为大多数经销商会把这种怨气撒到业务员身上。

方成让业务员将最近一次的积压新品库存数量认真统计，汇总后价值将近有100万元。一百万元让总部全部拿出是不现实的，因为总部分拨给西安分公司的全年促销费用一共才300万元。如果不承担的话，新产品根本就别想推起来，重要的是整个西安市场将面临倒塌的局面。产品还有一个月才过期，应该还有销售的价值。另外，说实在话，造成新品积压经销商也有不能推脱的责任。通过业务员对市场的调查，这些新产品可以半价销售出去。于是方成对积压新品的解决办法是这样的，100万元=半价销售50万元+分公司承担费用40万元+经销商自行承担10万元。很多业务员对于方成的解决方案很是不解，既然是给经销商解决问题，为什么还让经销商承担啊？方成告诉业务员，经销商承担的10万元，对于财大气粗的经销商分解到他们身上可以说是微乎其微，但是这是对他们的惩罚，因为造成新品的积压他们也有不可推脱的责任，在今后的新品推广中吸取教训。解决方案确定后，方成又召开了全体经销商大会。不用说，这次会议开的很成功，方成也逐渐重塑公司在经销商心中的诚信。接下来就可以大刀阔斧的干了。

经销商对公司的诚信度已经解决了，关键是如何制定推广方案，才能够不重蹈覆辙。通过分公司上下的分析，制定了新品推广方案。

方成认为，前期新品推广之所以失败，关键一环是没有对市场进行充分的调研，从而为更好制定新产品推广方案提供科学的依据。新产品的推出是面对全国大众，还是针对某个地区，这应该从市场着手，看是否被消费者认可，而不是以某些人的意志为转移，这样才能确定新产品是否适合本地区推广，以及推广策略。为此，方成从分公司选择三个消费水平不等的地区作为活动区域，主要选择地区相对较大的超市进行品尝活动，并配合简单的问卷调查。问卷内容包括：消费者年龄，职业，产品口味，产品包装，产品价格五个方面。

通过对上述地区的问卷调查分析，得出以下结果：新产品以

其独特口味，受到少中老年消费者的青睐，消费人群主要以青少年为主。消费者对产品口味和包装比较认可，大多认为产品终端定价5元/袋较为合适。

方成把以上市场调研结果通报给所有客户和业务员，分公司不仅确定了产品的终端售价，也找到了产品的适销人群，更重要的是增强了分公司业务人员和经销商推广该新产品的信心。

渠道选择：通过对市场调研的分析，分公司要选择首轮推广的重点渠道，那就是终端商店，特别是大卖场。新产品前期不可能一推就上量，所以批发渠道绝对不能进入。这一点需要跟经销商和业务员重点强调。还有一点就是，新产品推广前期各级都有丰厚利润，一旦批发商介入，这种利润就会被人为拉低。

市场调查的良好反映，鼓舞了分公司全体成员。方成认为，新产品的推广，仅靠两三个业务员是不够的，如何调动经销商特别是终端铺货人员的积极性，对于新产品的推广具有重大的推动作用。

首先，调动经销商积极压货

1、加大利润空间，提高经销商经营积极性。由于前期铺货主要针对终端，所以中间的加价利润是比较高的，特别是大卖场的定价，前期采取“高加价，强促销”的定价策略。强大的利润空间，调动了经销商的压货积极性，对于新产品的推广，提供了良好保证。

2、压货方法：新产品推广讲究“一鼓作气，再尔衰，三而竭”。报发货很重要，既不能多报造成新产品恶性压货，也不能断货，造成新产品推广中断。由于前期主要针对终端铺货，终端的平均铺货是1件，另外再加上大卖场新品堆头需要数量，很容易算出经销商需要压货的数量。通常压货主要是

考虑批发环节，压货数量出入就很大，也最容易出现不良库存。所以在经销商压货时，分公司要指导经销商正确压货。

其次，调动铺货人员积极压货。新产品的推广，关键在于铺货人员的积极性和推销程度，为了增强铺货人员的推广积极性，分公司特别提出让经销商给予铺货人员每件0.5元提成。同时要求铺货人员在每个终端店压货不低于一件，条件比较好的终端店单点压货不低于2件。但是所有产品必须全面上货架或者开箱陈列，不允许滞留终端店仓库。大卖场堆头压货要达到每个堆头不低于30件产品，并全部在堆头陈列，不允许滞留卖场暂存间。

在新产品推广过程中实际上就是一个推拉政策的恰当运用。不仅有合理的压货，还要有充分的拉动，方成认为应该从人员拉动和宣传拉动两方面来做：

人员拉动：

## 一、经销商方面

- 1、设专人专车集中时间铺货，加强新产品终端铺货。
- 2、调动所有员工和车辆关注新产品，扩大铺货面积，加强终端铺货。
- 3、在铺货过程中，负责提供免费品尝品，以利于铺货人员终端铺货。
- 4、时刻关注新产品终端铺货，并有义务把市场情况及时反馈公司。
- 5、在推广过程中，对终端商店保证退货承诺，增加终端零售商的销售信心。

## 二、公司方面

- 1、各片区主管业务员，对辖区经销商给予实际指导，跟随经销商市场铺货，及时发现市场问题，指导铺货人员铺货技巧。
- 2、由分公司经理，渠道主管，区域主管等组成监督团，随时抽查各地新产品进展情况，并对各区域业务员进行奖惩。

### 宣传拉动

- 1、设置陈列奖，突出新产品形象，刺激终端消费。陈列奖的设置区域主要在于乡镇，总结以往经验教训，我们得知乡镇市场认可与否，决定了我们这个新产品市场推及速度以及存在生命周期。为此，分公司决定在乡镇超市设置陈列奖，每个乡镇选择一家在当地具有较好声望的超市，集中陈列新产品，每月给予一件同类产品作为陈列奖励。
- 2、采取品尝式铺货方式，让终端店老板和营业员能够成为第一个消费者，从而自发的向消费者宣传新产品。
- 3、选定学校，进行免费派送，引导终端消费。通过前期的市场调查，我们发现新产品的主要消费群体为学生和老板，在学校进行免费派送对于拉动终端消费具有极其重要的作用。于是，我们采取中心城区影响农村的宣传手段，在市区和县城选择一到二家学校，进行免费派送。学生的口碑宣传，对于新产品的终端消费拉动，发挥了巨大的推动作用。
- 4、突出新产品卖点，引导时尚消费，带动终端消费。通过前期的市场调查。我们发现，由于消费者对于产品比较陌生，重视程度不高，如果宣传其内在特征，清晰告之消费者新产品特征，将会吸引消费者终端购买欲望。所以，分公司决定采取突出产品卖点，引导时尚消费。无论是在铺货过程中还是免费派送中，统一宣传新产品特征。



5、增加宣传品，加强宣传效果，拉动终端消费。为了更好地配合新产品的推广，如何更加有效的加强宣传，成为新产品推广过程中重要的手段。通过粘贴宣传品，悬挂条幅，进而增加宣传效果，拉动终端消费。

方成将推广方案通报给经销商，经过认真的讨论，经销商认可了方成的推广方案，更重要是认可了方成的才能和品行，月底的时候西安分公司以新品销量遥遥领先位列全国第一。

推广总结：新产品推广讲究“一鼓作气，再尔衰，三而竭”。报发货很重要，既不能多报造成新产品恶性压货，也不能断货，造成新产品推广中断。实际上由于多种原因导致新产品不敢报货造成新品断货，导致推广活动断断续续，更严重的是丧失了推广的最佳时机。新品推广讲究推拉结合的方式，既有压货也有渠道拉动。最后是终端消费拉动。只有消费拉动，使新产品良性循环，确保新产品推广成功。新品的推广不仅仅是渠道的推广，更重要的是还要关注人心环节的疏通。